

Jurnal Ekonomi Islam
Volume 2 Nomor 3, Tahun 2019
Halaman 110-117

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGUNAKAN MOBILE BANKING PT BANK SYARIAH MANDIRI SURABAYA

Achmad Fandi

Progam Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Email : achmadfandi@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Kemajuan sistem informasi dan teknologi telah mempengaruhi perkembangan kinerja perbankan dan diyakinimenjadi daya tarik minat nasabah. Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank yang mengembangkan inovasi layanan m-banking yaitu BSM Mobile Banking. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Surabaya. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan penyebaran kuisioner. Metode yang digunakan Non Probability Sampling dengan sampel 120 responden. Teknik pengambilan sampel dengan aksidental sampling dengan beberapa kriteria dan pertimbangan. Sedangkan metode analisis yang digunakan yaitu Uji T (Uji Parsial). Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya.

Kata Kunci : KualitasLayanan, Mobile Banking, MinatNasabah

Abstract

The progress of information systems and technology has influenced the development of banking performance and is believed to be an attraction for customers. Bank Syariah Mandiri is one of the banks that has developed the m-banking service innovation, namely BSM Mobile Banking. This study aims to determine how much the influence of Mobile Banking Service Quality on Customer Interests of Bank Syariah Mandiri Surabaya. This study uses quantitative data and questionnaire dissemination. The method used is Non Probability Sampling with a sample of 120 respondents. Sampling technique with accidental sampling with several criteria and considerations. While the analytical method used is the T Test (Partial Test). Based on the test results indicate that there is an influence of service quality on the interest of customers using PT Bank Syariah Mandiri Surabaya mobile banking.

Keywords: Service Quality, Mobile Banking, Customer Interest

How to cite: Fandy. A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 110–117.

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi sudah semakin modern. Banyak perusahaan yang mulai mengembangkan kinerjanya dalam sektor teknologi informasi. Kemajuan sistem komunikasi dan informasi inilah yang kemudian diadopsi oleh perbankan. Salah satunya layanan jasa perbankan melalui smartphone atau yang dikenal dengan *mobile banking*. *Mobile Banking* merupakan layanan produk perbankan yang diciptakan untuk memberikan kemudahan bagi para nasabah maupun bank dalam proses transaksi perbankan. Dengan beberapa layanan produk diantaranya transaksi pembelian, pembayaran (zakat/infak, asuransi dll) transfer, BSM Call, Produk, Promo, dan Jadwal Sholat.

Hasil survey Lembaga riset *Marketing Research* Indonesia (MARS) internasional mengatakan bahwa 35% dari seluruh kegiatan online yang dilakukan di rumah di seluruh dunia akan beralih ke layanan e/m- banking. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Sharing Vision jumlah pengguna SMS/mobile banking terhadap 4 bank besar di Indonesia pada tahun 2014 dan 2015 serta dari beberapa sumber mengalami peningkatan sebesar 25 persen. Pada tahun 2014 pengguna SMS/Mobile Banking sebesar 18,8 juta, pada tahun 2015 mencapai 23,65 juta. Data tersebut menunjukkan bahwa ketertarikan dengan adanya mobile banking mendapatkan citra positif dari masyarakat.

Mobile Banking merupakan suatu perkembangan teknologi yang sangat menarik karena dapat melakukan transaksi secara langsung kapan saja, dimana saja dan dapat diakses selama 24 jam dengan menggunakan internet/mobile data melalui *smartphone*. Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank yang memiliki keutamaan dalam mengedepankan kualitas pelayanan bagi nasabahnya. Salah satu inovasi layanan fasilitas produk unggulan yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri yaitu *BSM Mobile Banking*. Keunggulan dari *BSM Mobile Banking* diantaranya jangkauan yang luas asiaeropa, transfer secara realtime online, kebebasan penentuan rekening dan juga dilengkapi dengan keamanan berlapis seperti verifikasi sertifikasi keamanan berstandart internasional.

Tabel 1. TOP Brand Awards Tabungan Syariah

Merek	TBI 2017	TBI 2016	TBI 2015	TOP
Bank Syariah Mandiri (BSM)	26,1 %	31,5 %	28,5%	TOP
BRI Syariah	22,9%	26,4 %	27,4%	TOP
BNI Syariah	15,2%	15,9%	13,5%	
Bank Muamalat	13,3%	10,1%	10,8%	
BCA Syariah	3,8%	3,6%	9,5%	

Sumber : www.topbrand-award.com

Berdasarkan TOP Brand Award, kategori penggunaan tabungan syariah mendapatkan kategori TOP. TOP mempunyai arti yang merupakan sebuah penghargaan yang diberikan terhadap merek atau produk perbankan atas dasar pilihan terbaik menurut konsumen yang menduduki predikat terbaik di Indonesia. Data TOP Brand Awards menunjukkan dalam tiga tahun terakhir Bank Syariah Mandiri (BSM) menjadi predikat terbaik dan mempunyai nasabah sangat tinggi

pada tahun 2017 dengan prosentase 26,1%. Kemudian di posisi kedua Bank BRI Syariah dengan prosentase sebesar 22,9%. Pada peringkat ketiga disusul dengan Bank BNI Syariah dengan prosentase sebesar 15,2%

Masyarakat Indonesia termasuk dalam masyarakat yang paham akan teknologi khususnya *smartphone* ataupun telepon seluler, tidak terkecuali Surabaya yang notabenehnya merupakan kota besar dengan masyarakatnya yang modern. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Marketing Research Indonesia (MARS) dalam lima kota besar (Surabaya, Bandung, Semarang, Medan dan Jakarta) dalam tingkat kepemilikan dan tingkat *awareness mobile banking* berdasarkan kota sebagai berikut:

Tabel 2.
Data Kepemilikan *Mobile Banking* Berdasarkan (Dalam Kota)

Kota	Memiliki	Tidak Memiliki
Bandung	7,2 %	92,8 %
Semarang	7,2 %	92,8 %
Surabaya	6,1 %	93,8 %
Medan	16,6 %	83,4 %
Jakarta	5,8 %	94,2 %

Sumber:www.marsindonesia.com

Tabel 3.
Data Tingkat *Awareness* Terhadap *Mobile Banking* (Dalam Kota)

Kota	Mengetahui	Tidak Mengetahui
Bandung	57,6%	42,4%
Semarang	55,1%	44,9 %
Surabaya	41,9%	58,1%
Medan	36,4%	63,6%
Jakarta	58,4%	41,6%

Sumber:www.marsindonesia.com

Hasil survey pada tabel 3 dan mengatakan bahwa pemahaman masyarakat mengenai *mobile banking* di Surabaya masih rendah dibandingkan dengan kota besar lainnya. Pada kenyataannya masih ada masyarakat/nasabah yang masih belum memanfaatkan bahkan tidak mengetahui dengan adanya layanan *mobile banking*. Sebagian nasabah lebih suka melakukan transaksi dengan mendatangi bank secara langsung. Sistem keamanan juga menjadi masalah penting yang dinilai rawan dalam kejahatan misal *hacker* atau pembobolan data pribadi. Hal tersebut mengakibatkan nasabah berpikir dua kali (*aware*) untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu perbankan yang sangat menjunjung tinggi perkembangan teknologi yaitu *mobile banking* dan juga kualitas pelayanan yang sangat baik kepada nasabahnya. Kualitas pelayanan merupakan indikator penting dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen/pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan nilai tambah (*plus*) berupa motivasi khusus kepada pelanggan/nasabah dan dapat

menjalin relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang kepada perusahaan apabila dikelola dengan tepat.

Kualitas layanan menurut Tjiptono (2007) bahwa kualitas layanan jasa pada bank harus mempunyai tingkat keunggulan yang diharapkan dapat memenuhi tingkat keinginan nasabah yaitu *expectation* dan kinerja (*performance*).

Kualitas layanan jasa elektronik menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2005) bahwa kualitas layanan jasa elektronik merupakan sebuah aplikasi/website yang efektif dan efisien yang memfasilitasi masyarakat dalam menggunakan layanan online. Dimensi *e-servqual* yang dikemukakan oleh Zeithmal et.al dalam pemenuhan dan evaluasi kualitas jasa elektronik terdapat tujuh dimensi yaitu efisiensi, reliabilitas, *fullfilment*, privasi, daya tanggap, kompensasi dan kontak. Kualitas pelayanan yaitu seluruh aktifitas yang dilakukan perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan nasabah. Pelayanan dapat diartikan sebagai jasa yang ditawarkan dari perusahaan kepada masyarakat yang berupa kemampuan dalam memberi kemudahan, kecepatan serta bersikap ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya (Ridlwani & Darmawan, 2018).

Minat beli menurut Kinneer & Taylor dalam Setyaningsih (2007) Minat beli merupakan salah satu tahap dari perilaku konsumen dalam mengonsumsi suatu barang, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli belum dilaksanakan (*buying process*) antara lain: kebutuhan, pengenalan, pencarian, evaluasi, dan keputusan.

Dari uraian di atas didapatkan sebuah rumusan masalah yaitu apakah kualitas layanan dapat berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* PT Bank Syariah Mandiri Surabaya?

2. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian asosiatif karena terdapat hubungan antar variabel. Penelitian ini juga termasuk dalam jenis penelitian eksplanatif asosiatif dikarenakan dalam variabel terjadi perumusan dalam hipotesis yang telah diuji kebenarannya dalam penelitian tersebut.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri Surabaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian tersebut nasabah yang belum menggunakan layanan *mobile banking* tetapi sudah mengetahui adanya layanan *mobile banking*. Metode yang digunakan dalam penentuan pengambilan sampel adalah Non Probability Sampling. Teknik yang digunakan adalah Aksidental Sampling yaitu teknik pengambilan sampling dengan beberapa kriteria dan pertimbangan serta Purposive sampling karena jumlah populasi yang tidak diketahui untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Dalam penentuan jumlah sampel menurut Hair et.al dalam Kiswati (2010) bergantung pada jumlah indikator yaitu dikali 5 sampai 10, dalam perhitungannya sebagai berikut $\text{Sampel} = \text{jumlah indikator} \times 5$ (24×5) = 120 responden.

Berdasarkan perhitungan di atas menggunakan sampel minimum sebesar 120 responden.

C. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan data primer dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebar angket kuisioner kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Surabaya. Program analisis data yang digunakan adalah SPSS 16.0. Uji analisis instrumen data yang digunakan yaitu Uji Validitas, Uji Reabilitas dan Uji T.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Karakteristik Responden Nasabah Bank Syariah Mandiri

Responden pada Bank Syariah Mandiri Surabaya dalam penelitian tersebut mayoritas 41% perempuan dan 59% laki-laki dikarenakan keduanya sama-sama aktif dalam bertransaksi baik untuk kebutuhan keluarga dan transaksi lainnya. Berdasarkan kualitas responden yang didapat, bahwa responden dalam menjawab pertanyaan sangatlah beragam, akan tetapi dalam pernyataan kuisioner yang telah disediakan mayoritas responden mengatakan setuju. Selain itu berdasarkan usia mayoritas paling dominan dalam responden tersebut 31-40 tahun sebesar 47% dikarenakan pada jangka waktu umur 31-40 tahun sudah dalam taraf mempunyai kebutuhan hidup yang sangat tinggi dan umur yang masih sangat produktif sehingga sering mendatangi ke bank untuk menabung maupun melakukan investasi. Kemudian dari karakteristik responden berdasarkan pekerjaan lebih dominan nasabah sebagai karyawan swasta 43% dikarenakan dalam pekerjaannya sudah mendapatkan pendapatan yang cukup baik.

2. Hasil Uji T (Parsial)

Berdasarkan hasil hipotesis, kriteria pada pengujian uji T (Parsial) menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal tersebut terjadi karena pada hasil uji T (parsial) nilai t hitung lebih besar dari t tabel.

Tabel. 4 Hasil Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig
1(Constant)	1.593	.338		4,708	.000
Kualitas Layanan	.498	.081	.494	6,167	.000

Sumber: Output SPSS (Data diolah penulis)

Kriteria dalam pengujian uji T terdapat nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Pada tabel 4 nilai t hitung sebesar $6,167 > 1,984$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* PT Bank Syariah Mandiri Surabaya.

B. Pembahasan

Indikator reabilitas, *bsm mobile banking* dirasa mampu memberikan layanan yang menjanjikan, dapat memberikan kemudahan bagi nasabah serta pihak bank, dan juga dalam hal bertransaksi dapat digunakan kapanpun dan dimanapun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat nasabah dipengaruhi oleh reability

(kehandalan). Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eka (2017) yang mengatakan bahwa dapat memberikan pelayanan yang segera, akurat dan memuaskan dalam segi software dapat bertransaksi dengan aman.

Indikator daya tanggap, pihak bank bersikap tanggap terhadap nasabah seperti menawarkan mobile banking guna transaksi menjadi lebih mudah, memberikan masukan, saran, serta keluhan nasabah mengenai mobile banking. Hal ini dapat berpengaruh terhadap minat nasabah secara meningkat. Oleh karena itu hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eka (2017) yang mengatakan bahwa pelayanan daya tanggap para staff bank BNI yang cepat apabila nasabah mengalami gangguan transaksi.

Indikator keamanan dan privasi, bahwa Bank mampu menjamin kebutuhan nasabah dalam bertransaksi dan juga diyakini *bsm mobile banking* memiliki keamanan yang sangat tinggi sehingga kerahasiaan data nasabah dapat terjamin, sehingga dapat disimpulkan bahwa keamanan dan privasi berpengaruh terhadap minat nasabah. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Andika dan Indrawati (2016) bahwa keamanan dan jaminan sangatlah penting untuk melindungi rasa aman dalam melakukan transaksi.

Indikator kenyamanan, dalam melakukan transaksi melalui mobile banking sangat fleksibel dan nyaman, sehingga nasabah tidak perlu mengantri menunggu giliran untuk melakukan transaksi. Dengan hal ini kenyamanan cenderung dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan mobile banking. Dapat disimpulkan minat nasabah dapat dipengaruhi oleh kenyamanan. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Habibi dan Zaki (2014) yang mengatakan bahwa kenyamanan dibentuk berdasarkan karakteristik seseorang yang berbeda dalam merasakan kondisi nyaman.

Indikator efisiensi, dengan mobile banking nasabah dalam melakukan transaksi dapat diakses selama 24 jam, menjadi lebih cepat dan efisien sehingga menghemat biaya dan waktu dalam melakukan transaksi, akses layanan yang cepat, tidak membutuhkan banyak tahapan-tahapan. Dapat disimpulkan efisiensi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andika dan Indrawati (2016) yang mengatakan bahwa mobile banking telah mampu memberikan efisiensi kecepatan dan waktu dalam bertransaksi.

Indikator kemudahan penggunaan *bsm mobile banking* yang dirasakan nasabah mampu memberikan kemudahan dalam mengakses serta mempelajari fitur-fitur layanan mobile banking sehingga menjadi lebih praktis dan fleksibel dalam penggunaannya. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bawa, Endang.Dkk (2015) bahwa dengan kemudahan penggunaan, kemampuan dalam bertransaksi serta kemampuan operasional mobile banking yang dapat memberikan efisiensi waktu dan fleksibilitas sehingga dapat mempengaruhi minat ulang seseorang untuk menggunakannya.

Dari hasil penelitian, kualitas layanan mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori menurut Tjiptono (2007) bahwa kualitas layanan jasa pada bank harus mempunyai tingkat keunggulan yang diharapkan dapat memenuhi tingkat keinginan nasabah yaitu *expectation* dan kinerja

(performance). Sama halnya dengan PT Bank Syariah Mandiri Surabaya dalam memberikan keunggulan kualitas layanan jasa (elektronik) kepada nasabah dalam penggunaan mobile banking. Diantaranya dari sisi reabilitas, bagaimana sistem mobile banking dapat bekerja dimana saja dan kapan saja sesuai kebutuhan nasabah; Daya tanggap, bagaimana karyawan mampu tanggap mengenai kritik, keluhan serta saran mengenai mobile banking; Keamanan dan privasi, bagaimana mobile banking mampu memberikan rasa aman nasabah dalam bertansaksi, jaminan data kerahasiaan nasabah serta memiliki tingkat resiko keamanan yang tinggi; Kenyamanan, sistemlayanan yang fleksibel dan mudah untuk digunakan; Efisiensi, bagaimana *mobile banking* dalam melakukan transaksi dapat diakses 24 jam sehingga dapat menghemat waktu dan biaya; kemudahan, bagaimana sistem serta fitur layanan mobile banking dengan mudah dapat dipahami oleh nasabah.

Kualitas layanan yang baik merupakan tujuan utama dari PT Bank Syariah Mandiri. Dengan tingginya kualitas layanan *mobile banking* yang diberikan, maka dipastikan akan tinggi pula dorongan minat nasabah untuk mencoba menggunakan layanan *mobile banking*. Sebagaimana telah diatur dan terdapat pada Al- Qur'an (QS.An Nisa':29).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta saudaramu dengan cara yang batil, kecuali harta itu diperoleh dengan jalan perniagaan yang ada saling kerelaan dari antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha Pengasih kepadamu” (QS.An Nisa':29).

Dalam penggalan ayat, dimaksudkan bahwa kualitas layanan yang diberikan harus sesuai dengan apa yang dijanjikan sebelumnya, produk, fitur, dan layanan yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan nasabah, serta juga memberikan pesan terhadap Bank Syariah Mandiri untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Jika kualitas yang dihasilkan sepadan, tentu akan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyaningsih (2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Akan tetapi berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Habibi et.al. (2014) yang menyatakan bahwa dimensi kemudahan (*easiness to operate*) tidak mempunyai banyak pengaruh dengan dimensi yang lain sehingga kualitas layanan yang diberikan lebih mengarah kepada kebutuhan nasabah, kegunaan, keamanan, serta layanan yang efektif dan efisien.

4. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis data penelitian yang dijelaskan pada bab VI, pada hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya dengan uji T sebesar 6,167.

B. Saran

1. Diharapkan kepada Bank Syariah Mandiri Surabaya untuk dapat mempertahankan maupun mengembangkan kualitas layanan mobile banking, sehingga apa yang diharapkan oleh nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking sesuai dengan ekspektasi, sesuai dengan kebutuhan nasabah, sehingga dalam melakukan transaksi menjadi efektif dan efisien.
2. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan keterbatasan yang ada, serta memperbanyak jumlah sampel agar kedepannya bisa mendapatkan hasil yang optimal.

5. REFERENSI

- Desy, Andrizal.dkk. 2009. Service Operation. Jakarta:EsensiErlangga Group
- Data survey top brand index 2017 fase 1 diakses <https://www.topbrand-award.com/> pada tanggal 19 Maret 2018
- Indrawati, Andika Febrianta. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Di Kota Bandung. e-Proceeding of Management: Vol 3 No 3 Desember 2016
- Kiswati, Sri. 2010, Study Tentang Sikap Konsumen Atas Merek Tolak Angin Pada Mahasiswa FE Undip Semarang. Tesis dipublikasikan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana, Universitas Diponegoro Semarang.
- Kurnia Bambang. 2017. Hasil Survey MARS kegiatan online m-banking pada <https://marsnewsletter.com/2010/01/13/>Diakses pada tanggal 17 Maret 2018
- Pertumbuhan sms/mobile banking di indonesia diakses <https://sharingvision.com/> pada tanggal 17 Maret 2018
- Ridlwani, A. A., Darmawan, Z. C. 2018 “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah”. No 2: 107-116
- Setyaningsih Dyah, Eka. 2017.Pengaruh Kualitas Layanan Dan Word Of Mouth Melalui Minat Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Pada BNI. Jurnal Ekonomi Bisnis (Volume 22 No. 1)
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta
- Tjiptono.F. and Gregorius Chandra.2004.Service,Quality and Satisfaction. Yogyakarta: CV. Andi OFFSET
- Tjiptono.F .2007.Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Cetakan KeduaYogyakarta: CV: Andi OFFSET
- Tjiptono.F .2012.Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV: Andi OFFSET